

# **STRATEGI PEMASARAN PERUSAHAAN PERMEN LUNAK JAHE UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN**

**MAKALAH KOMPREHENSIF**



**OLEH:  
GRACE OCTAVIA GAN  
6103008102**

**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI PANGAN  
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA  
2012**

# **STRATEGI PEMASARAN PERUSAHAAN PERMEN LUNAK JAHE UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN**

**MAKALAH KOMPREHENSIF**

**Diajukan Kepada  
Fakultas Teknologi Pertanian,  
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Teknologi Pertanian  
Program Studi Teknologi Pangan**

**OLEH:  
GRACE OCTAVIA GAN  
6103008102**

**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI PANGAN  
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA  
2012**

## **LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBILKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Nama : Grace Octavia Gan

NRP : 6103008102

Menyetujui Makalah Komprehensif saya:

Judul:

**STRATEGI PEMASARAN PERUSAHAAN PERMEN LUNAK JAHE  
UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN**

untuk dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 23 Juli 2012

\_\_\_\_\_, menyatakan,

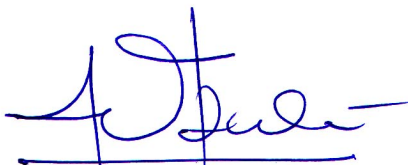


Grace Octavia Gan

## LEMBAR PENGESAHAN

Makalah Komprehensif dengan judul “Strategi Pemasaran Perusahaan Permen Lunak Jahe untuk Meningkatkan Volume Penjualan” yang diajukan oleh Grace Octavia Gan (6103008102), telah diujikan pada tanggal 10 Juli 2012 dan dinyatakan lulus oleh Ketua Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji,



Ir. Adrianus Rulianto Utomo, MP.

Tanggal: 25 Juli 2012

Mengetahui

Dekan Fakultas Teknologi Pertanian,



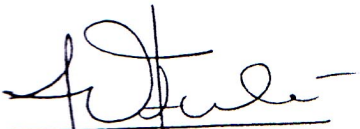
Ir. Theresia Endang Widoeri Widyastuti, MP.

Tanggal: 06 - 7 - 2012

## LEMBAR PERSETUJUAN

**Makalah Komprehensif yang berjudul “Strategi Pemasaran Perusahaan Permen Lunak Jahe untuk Meningkatkan Volume Penjualan” yang diajukan oleh Grace Octavia Gan (6103008102), telah diujikan dan disetujui oleh Dosen Pembimbing.**

Dosen Pembimbing I,



Ir. Adrianus Rulianto Utomo, MP  
Tanggal: 19 Juli 2012

Dosen Pembimbing II,



Netty Kusumawati, STP., M. Si  
Tanggal: 20 Juli 2012

## **LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Makalah Komprehensif saya yang berjudul:

### **Strategi Pemasaran Perusahaan Permen Lunak Jahe untuk Meningkatkan Volume Penjualan**

adalah hasil karya saya sendiri dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara nyata tertulis, diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila karya saya tersebut merupakan plagiarisme, maka saya bersedia dikenai sanksi berupa pembatalan kelulusan dan atau pencabutan gelar, sesuai dengan peraturan yang berlaku (UU RI No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 25 ayat 2, dan Peraturan Akademik Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Pasal 30 ayat 1 (e) Tahun 2010).

Surabaya, 23 Juli 2012



Grace Octavia Gan

Grace Octavia Gan. NRP 6103008102. **Strategi Pemasaran Perusahaan Permen Lunak Jahe untuk Meningkatkan Volume Penjualan.**

Di bawah bimbingan:

1. Ir. Adrianus Rulianto Utomo, MP.
2. Netty Kusumawati, STP, M.Si.

### **ABSTRAK**

Dewasa ini nilai penjualan pada permen lunak meningkat dan membuka peluang bisnis baru untuk industri permen lunak jahe. Penerapan strategi pemasaran diperlukan untuk menunjang keberhasilan suatu produk di pasaran. Strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Perencanaan unit pengolahan permen lunak jahe berkapasitas 204 kg/hari didasarkan pada 3 elemen penting yaitu analisa SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities* dan *Threats*), teori STP (Segmentasi, Target dan Penempatan) dan bauran pemasaran.

Segmentasi produk dilihat dari segi geografis, demografis dan psikografis. Segmentasi produk ditujukan pada wilayah perkotaan dengan konsumen berusia 20 tahun ke atas yang mencari *herbal candy* dan sensitif terhadap harga. Target produk adalah konsumen dengan daya beli menengah ke atas dan produk ditempatkan sebagai permen lunak jahe yang menghangatkan.

Formulasi strategi pemasaran berdasarkan analisa SWOT terdiri atas strategi agresif, strategi diferensiasi, strategi diversifikasi dan strategi defensif. Bauran pemasaran yang dilakukan terdiri dari 4P yaitu *Product, Price, Place* dan *Promotion*. Produk yang dijual adalah permen lunak jahe dengan harga Rp. 6.950,00/*bagpack*. Produk didistribusikan secara berantai kepada agen atau *market*. Promosi produk dilakukan dengan iklan radio, *personal selling* dan pemberian hadiah berdasarkan jumlah pembelian oleh konsumen.

Kata kunci: strategi pemasaran, analisa SWOT, teori STP, bauran pemasaran

Grace Octavia Gan. NRP 6103008102. **Marketing Strategy of Ginger Soft Candy Company to Increase The Sales Volume.**

Under the guidance:

1. Ir. Adrianus Rulianto Utomo, MP.
2. Netty Kusumawati, STP, M.Si.

ABSTRACT

Nowadays the sales volume of soft candy increases and the opportunity of opening soft candy company is opened widely. Therefore, the right marketing strategy's application is needed to encourage the success of product in markets. Marketing strategy is a concept of marketing that used to reach the marketing's goals. Planning on Ginger Soft Candy Processing Unit with Capacity 204 kgs Candies/Day is based on three important elements which are SWOT analysis, STP Theory, marketing mix.

Product segmentation is based on geographical, demographical and psychographic side. The product is segmented for urban area and the adult (more than 20 years old) consumers who consume herbal candy and sensitive to price. The product is targeted to consumers which have a buying power and placed as warm ginger soft candy.

The formulation of marketing strategy based on SWOT analysis consist of aggressive strategy, differentiation strategy, diversification strategy and defensive strategy. Marketing mix consists of 4P which are *Product, Price, Place* and *Promotion*. The product is ginger soft candy in price IDR 6.950,00/bag pack. The product is distributed to agent or market. The product is promoted in three ways which are radio advertisement, personal selling and gifts.

**Keywords:** marketing strategy, SWOT analysis, STP Theory, marketing mix.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Makalah Komprehensif dengan judul **“Strategi Pemasaran Perusahaan Permen Lunak Jahe untuk Meningkatkan Volume Penjualan”** sebagai salah satu persyaratan menyelesaikan program sarjana (S-1) di Program Studi Teknologi Pangan, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis menyadari bahwa proposal ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis secara khusus menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ir. Adrianus Rulianto Utomo, MP dan Netty Kusumawati, STP, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam penyusunan makalah ini.
2. Keluarga dan rekan sesama mahasiswa FTP (Mauren dan Devina) yang telah memberi semangat dan bantuan selama proses penyusunan makalah ini.

Penulis menyadari bahwa makalah ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Akhir kata, penulis berharap semoga makalah ini dapat berguna bagi pembaca.

Surabaya, 23 Juli 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
 BAB I. PENDAHULUAN.....	 1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Tujuan .....	2
 BAB II. DASAR TEORI PEMASARAN.....	 3
2.1. Segmentasi, Target, Penempatan ( <i>Positioning</i> ).....	3
2.2. Analisa SWOT .....	5
2.3. Bauran Pemasaran .....	6
 BAB III. PEMBAHASAN .....	 9
3.1. Analisis SWOT .....	10
3.2. Teori STP (Segmentasi, Target, Penempatan).....	15
3.3. Formulasi Strategi Pemasaran berdasarkan Analisa SWOT..	17
3.3.1. Strategi Kekuatan-Peluang .....	17
3.3.2. Strategi Kekuatan-Ancaman.....	19
3.3.3. Strategi Kelemahan-Peluang .....	21
3.3.4. Strategi Kelemahan-Ancaman.....	23
3.4. Bauran Pemasaran .....	23
 BAB IV. KESIMPULAN .....	 28
 DAFTAR PUSTAKA .....	 30
 APPENDIX A.....	 31

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Teori Analisa SWOT .....	11
Tabel 3.2. Analisa SWOT Industri Permen Lunak Jahe .....	11
Tabel A.1. Jumlah dan Kualifikasi Karyawan di Setiap Bagian .....	31
Tabel A.2. Hari dan Jam Kerja Karyawan Pabrik Permen Lunak Jahe .	32

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar A.1. Lokasi Pabrik .....	34
Gambar A.2. Tata Letak ( <i>Product layout</i> ) Pabrik Permen Lunak Jahe ....	32